

Skripsi

**PENGARUH PERSEPSI JAMINAN STRUKTURAN DAN
PERSEPSI REPUTASI *WEBSITE* TERHADAP KEPERCAYAAN SISTEM
*E-COMMERCE***

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar
Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Bayu Iriyanto Utama

06.60.01

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang
2011**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI JAMINAN STRUKTURAN DAN
PERSEPSI REPUTASI *WEBSITE* TERHADAP KEPERCAYAAN SISTEM
*E-COMMERCE***

Oleh:

Bayu Iriyanto Utama

06.60.01

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing:

Semarang, 21 Oktober 2011

Pembimbing

G. Freddy Koeswoyo, SE., M.Si.

Telah diterima dan disahkan oleh panitia penguji pada:

21 Oktober 2011 skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI JAMINAN STRUKTURAN DAN
PERSEPSI REPUTASI *WEBSITE* TERHADAP KEPERCAYAAN SISTEM
*E-COMMERCE***

Oleh:

Bayu Iriyanto Utama

06.60.01

Tim penguji

A.A. Chrismastuti, SE., M.Si., Akt.

G. Freddy Koeswoyo, SE., M.Si.

Drs. H. Hudi Prawoto, MM., Akt.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Unika Soegijapranata

Prof. Dr. Andreas Lako

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI JAMINAN STRUKTURAN DAN PERSEPSI REPUTASI *WEBSITE* TERHADAP KEPERCAYAAN SISTEM *E-COMMERCE*

Benar – benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah – olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 24 Oktober 2011

Yang menyatakan,

Bayu Iriyanto Hutama

-MOTTO-

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki kehancuran suatu kaum, maka tidak ada yang sanggup mencegahnya, dan tidak ada perlindungan mereka selain dari Allah.
(Q.S. Ar -Ra'd : 11)

Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu.
Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar
(Al-Baqarah : 153)

"Mencoba, mencoba, dan terus mencoba..!
Berusaha, berusaha, dan terus berusaha..!
Lakukan, lakukan, dan terus lakukan..!
Berdo'a, berdo'a, dan
terus berdo'a..! Sampai tercapai cita -citamu dan
berhasil meraih kesuksesanmu....!!!

Karya ini ku persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku

Saudara-saudaraku tersayang

Seseorang yang mencintaiku dengan ketulusan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis persembahkan pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memelihara dan memberikan kasih, rahmat serta anugerahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Pengaruh Jaminan **Strukturan** dan Reputasi *Website* terhadap Kepercayaan Sistem *E-Commerce*”. Skripsi ini sendiri diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam mencapai gelar S1 pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Andreas Lako, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak G. Freddy Koeswoyo, SE, MSi, selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan pengarahan dan dorongan selama penulisan ini.
3. Semua Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Para konsumen *e-commerce* situs Kaukus yang telah bersedia menjadi responden penelitian.
5. Papa, Mama, dan Saudara-saudaraku yang telah memberi semangat, kasih sayang dan doa-doanya.
6. Seseorang yang telah memberikan motivasi, inspirasi, dan doanya.

7. Teman-teman kampus di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga karya ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Agustus 2011

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	16
1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	16
1.6. Sistematika Penulisan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1. Sistem <i>Electronic Commerce</i>	19
2.1.2. Kepercayaan.....	21
2.1.3. Persepsi	29
2.1.4. Jaminan Strukturan	31
2.1.5. Reputasi <i>Website</i>	32

2.2.	Hipotesis	33
2.2.1	Hubungan Persepsi Jaminan Strukturan dengan Kepercayaan terhadap <i>E-Commerce</i>	33
2.2.2	Hubungan antara Persepsi Reputasi <i>Website</i> dengan Kepercayaan terhadap <i>E-Commerce</i>	34
BAB	III METODE PENELITIAN	36
3.1.	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional.....	36
3.1.1.	Identifikasi Variabel.....	36
3.1.2.	Definisi Operasional	36
3.2.	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	38
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5.	Validitas dan Reliabilitas	41
3.5.1.	Validitas	41
3.5.2.	Reliabilitas	41
3.6.	Metode Analisis Data.....	42
3.6.1.	Analisis Deskriptif	42
3.6.2.	Analisis Regresi Ganda.....	44
BAB	IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1.	Gambaran Umum Responden	48
4.2.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
4.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	51
4.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	52
4.3.	Hasil Analisis Deskriptif.....	53
4.4.	Hasil Analisis Regresi.....	56
4.4.1.	Hasil Uji Asumsi Klasik	56
4.4.2.	Hasil Uji Hipotesis	59

BAB V PENUTUP	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Implikasi Penelitian	63
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	63
5.4. Agenda Penelitian Mendatang	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan terhadap Sistem <i>E-Commerce</i>	53
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Jaminan Strukturan....	54
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Reputasi <i>Website</i>	55
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Berdasarkan <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.14	Hasil Uji Glejser	58
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	30
Gambar	4.1	<i>Normal P-Plot</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner.....	60
Lampiran	2	Data <i>Try out</i>	63
Lampiran	3	Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	64
Lampiran	4	Data Penelitian	67
Lampiran	5	Hasil Analisis Regresi Ganda	70



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi jaminan struktural dan persepsi reputasi *website* terhadap kepercayaan sistem *e-commerce*. Hipotesis yang diajukan adalah (1) Persepsi jaminan struktural berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan sistem *e-commerce*, dan (2) Persepsi reputasi *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan sistem *e-commerce*.

Sampel penelitian adalah 100 orang pengguna internet di Indonesia yang telah melakukan transaksi pembelian barang/jasa melalui *e-commerce* di situs Kaukus dalam lima bulan terakhir sebagai sampel penelitian. Sampel diperoleh dengan menggunakan teknik *judgemental (purposive)*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi ganda.

Hasil dari penelitian adalah (1) **Hipotesis pertama diterima**, yaitu persepsi jaminan struktural berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan sistem *e-commerce*. Keyakinan terhadap adanya mekanisme kontrol dan prosedur keamanan seperti enkripsi, *authentication*, sertifikasi pengamanan dari pihak ketiga yang memadai terhadap situs *e-commerce* akan menimbulkan kepercayaan sistem *e-commerce* pada pengguna internet (2) **Hipotesis kedua diterima**, yaitu persepsi reputasi *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan sistem *e-commerce*. Tampilan muka situs *e-commerce* yang dipersepsikan sebagai pihak yang bereputasi baik akan menimbulkan kepercayaan sistem *e-commerce*. Kesaksian konsumen tentang pengalaman bertransaksi di toko online merupakan salah satu hal yang dilakukan situs *e-commerce* untuk mempersepsikan dirinya memiliki reputasi baik. (3) Persepsi jaminan struktural dan persepsi reputasi *website* mempengaruhi kepercayaan terhadap sistem *e-commerce* sebesar 22%

Kata kunci : persepsi jaminan struktural, persepsi reputasi *website*, kepercayaan, dan sistem *e-commerce*